

# Turizmus és transzformáció



Szerkesztette:

RÉGI TAMÁS – RÁTZ TAMARA – MICHALKÓ GÁBOR

Régi Tamás – Rátz Tamara – Michalkó Gábor  
(szerkesztette)

**Turizmus és transzformáció**



TURIZMUS AKADÉMIA 8.

Sorozat-szerkesztőbizottság:  
Dr. Michalkó Gábor (főszerkesztő)  
Dr. Rátz Tamara (szerkesztő)

# **Turizmus és transzformáció**

Szerkesztette:

Régi Tamás – Rátz Tamara – Michalkó Gábor

Kodolányi János Főiskola  
MTA CSFK Földrajztudományi Intézet  
Magyar Földrajzi Társaság  
Orosháza–Budapest, 2017

© Kodolányi János Főiskola, 2017  
© MTA CSFK Földrajztudományi Intézet, 2017  
© Magyar Földrajzi Társaság, 2017

A kiadvány szerzői jogi védelem alatt áll, arról másolatot készíteni  
a kiadó előzetes írásbeli engedélye nélkül tilos.  
A kiadvány sokszorosítása és jogosulatlan felhasználása bűncselekmény.

ISBN: 978-615-5075-38-4  
ISSN: 1786-2310

Kiadja a Kodolányi János Főiskola  
Felelős kiadó: Dr. h. c. Szabó Péter Ph.D. rektor  
Könyvterv és tördelés: Bonex Press Kft.

[www.kodolanyi.hu](http://www.kodolanyi.hu) • [jegyzetbolt@kodolanyi.hu](mailto:jegyzetbolt@kodolanyi.hu)

# Tartalom

A kötet szerzői .....	7
Régi Tamás – Rátz Tamara – Michalkó Gábor: Turizmus és transzformáció ...	9
<b>1. Elméleti megközelítések</b>	
• Régi Tamás: A turizmus és társadalmi változás kapcsolatának néhány antropológiai és szociológiai értelmezése .....	11
• Pusztai Bertalan: Ki a turista és mire jó nekünk? A turistatipológiáktól a késő modern társadalomkritikáig .....	28
• Mitev Ariel – Irimiás Anna – Michalkó Gábor: Rítusba oltott átalakulás: transzformáció a vallási turizmusban .....	37
<b>2. Táj és identitás</b>	
• Horváth Alpár: A bunkerek üzenete: a hadszínterek öröksége és a nemzeti identitás-turizmus kihívásai .....	53
• Mikházi Zsuzsanna: A turizmus és a tájértékek szerepe a helyi identitás erősítésében .....	78
• Karancsi Zoltán – Kneifel Anett – Horváth Gergely: Ihlető tájak, avagy az élmények által bekövetkező transzformáció a mártélyi holtág példáján .....	91
• Dancsokné Fóris Edina – Mikházi Zsuzsanna: Gyüttmentként boldogan, avagy miért lesz a turistából helyi lakos a Nivegy-völgyben? .....	115
<b>3. Terek átalakulásai</b>	
• Boros Lajos: A közterek átalakulása és a turizmus .....	131
• Erőss Ágnes – Galambos István – Michalkó Gábor: Emlékhely-transzformáció: a pátosz és a mindennapiság ciklikus dichotómiája a Corvin közben .....	150
• Barcza Attila – Pálfi Andrea – Magyar-Papp Júlia – Aubert Antal: A tér és a környezet transzformációs hatásainak vizsgálata Pécs és Sopron példáján .....	164
• Tömöri Mihály: Magyarországi nagyvárosok turisztikai tereinek kognitív megjelenése és „fogyasztása” felsőoktatási hallgatók körében .....	180
<b>4. Örökség-transzformáció</b>	
• Rátz Tamara – Irimiás Anna: Örökségek transzformációja: a Nagy Háború emléke a Nemzeti Vágtán .....	201

- Sallay Ágnes – Valánszki István – Mikházi Zsuzsanna – Dancsokné Fóris Edina – Máté Klaudia – Filepné Kovács Krisztina – Kollányi László: Határokon át – határtalanul: Átalakuló turisztikai kapcsolatok határon átnyúló világörökségi területeken ..... 217
- Berecz Máttyás – Kiss Róbert – Csillag Tamás: Az egri vár modern kori transzformációja, múzeumból turisztikai attrakció ..... 235

## **5. Szolgáltatás-átalakulások**

- Magyar Márton: A szállodai animáció transzformációs viszonyai a 21. században Magyarországon ..... 251
- Kátay Ákos: A Budapest, Firenze és Prága szállodáiban megszállt vendégek elégedetlenségének okai és következményei ..... 267
- Boros Szilvia – Magyar Márton – Köteles Ferenc – Szemerszky Renáta – Tihanyi Benedek – Szabolcs Zsuzsa – Dömötör Zsuzsa – Ferentzi Eszter – Szabó Attila – Bárdos György – Selmeci József Csongor: A jóga transzformáló szerepe és helye a posztmodern turizmusban ..... 286

## A kötet szerzői

**Aubert Antal**

Pécsi Tudományegyetem

**Barcza Attila**

Nyugat-magyarországi Egyetem

**Bárdos György**

Eötvös Loránd Tudományegyetem

**Berecz Mátyás**

Dobó István Vármúzeum

**Boros Lajos**

Szegedi Tudományegyetem

**Boros Szilvia**

Eötvös Loránd Tudományegyetem

**Csillag Tamás**

Dobó István Vármúzeum

**Dancsókné Fóris Edina**

Szent István Egyetem

**Dömötör Zsuzsa**

Eötvös Loránd Tudományegyetem

**Erőss Ágnes**

MTA CSFK Földrajztudományi Intézet

**Ferentzi Eszter**

Eötvös Loránd Tudományegyetem

**Filepné Kovács Krisztina**

Szent István Egyetem

**Galambos István**

Nemzeti Emlékezet Bizottsága

**Horváth Alpár**

Babes-Bolyai Tudományegyetem  
(Románia)

**Horváth Gergely**

MTA CSFK Földrajztudományi Intézet  
Eötvös Loránd Tudományegyetem

**Irimiás Anna**

Kodolányi János Főiskola  
Università di Trento (Olaszország)

**Karancsi Zoltán**

Szegedi Tudományegyetem

**Kátay Ákos**

Kodolányi János Főiskola

**Kiss Róbert**

I-Shou University (Tajvan)

**Kneifel Anett**

ORFK

**Kollányi László**

Szent István Egyetem

**Köteles Ferenc**

Eötvös Loránd Tudományegyetem

**Magyar Márton**

Eötvös Loránd Tudományegyetem

**Magyar-Papp Júlia**

Pécsi Tudományegyetem

**Máté Klaudia**

Szent István Egyetem



**Michalkó Gábor**

MTA CSFK Földrajztudományi Intézet  
Budapesti Corvinus Egyetem

**Mikházi Zsuzsanna**

Szent István Egyetem

**Mitev Ariel**

Budapesti Corvinus Egyetem

**Pálfi Andrea**

Pécsi Tudományegyetem

**Pusztai Bertalan**

Szegedi Tudományegyetem

**Rátz Tamara**

Kodolányi János Főiskola

**Régi Tamás**

Kodolányi János Főiskola  
MTA Néprajztudományi Intézet

**Sallay Ágnes**

Szent István Egyetem

**Selmeci József Csongor**

Magyar Jóga Társaság

**Szabó Attila**

Eötvös Loránd Tudományegyetem

**Szabolcs Zsuzsa**

Eötvös Loránd Tudományegyetem

**Szemerszky Renáta**

Eötvös Loránd Tudományegyetem

**Tihanyi Benedek**

Eötvös Loránd Tudományegyetem

**Tömöri Mihály**

Nyíregyházi Egyetem

**Valánszki István**

Szent István Egyetem

# A közterek átalakulása és a turizmus

*Boros Lajos*

## Bevezetés

A közterek a társadalom életének fontos elemei: nem csupán helyszínei az eseményeknek, a társadalmi érintkezéseknek, hanem alakítói, formálói is azoknak. Mindennek hátterét a tér társadalmi konstrukciójának (Lefebvre 1991), valamint a tér és a társadalom dialektikájának (Soja 1980) elméletei adják. Ezek értelmében a tér és a társadalom kölcsönhatásban vannak egymással, azaz a térbeli változások elválaszthatatlanok a társadalmi változásoktól, és fordítva (Boros 2010, Berki 2015). Ennek folyományaként számos kutatás vizsgálta a köztér társadalmi termelésének kérdését, és azt, hogy miként befolyásolják a különböző érdekek, értékek vagy a hatalmi viszonyok a köztér formálását, és hogyan hat vissza a társadalomra, annak működésére a köztér (Mitchell 1995, 2003, Bodnár 2015). A turizmus, a rekreáció mint a klasszikus szociálgeográfia által meghatározott egyik társadalmi alapfunkció (Berényi 1992), szintén kapcsolódik a köztér termeléséhez, átalakulási folyamataihoz.

Az elmúlt években hazánkban is egyre nagyobb figyelem irányul a közterekre, nem utolsósorban azért, mert számos hazai és uniós forrásból finanszírozott fejlesztés érintette őket (Gyuris 2014, Védrédi 2012). Az elköltött összegek nagyságrendje, és a fejlesztések nagy száma indokoltá teszi a megnövekedett érdeklődést. Nem egy esetben az e fejlesztések mögött álló motivációk között megjelent a (hatékonyabb, versenykéesebb, jövedelmezőbb) turisztikai hasznosítás igénye, így a turisták számára kellemes, eladható közterek létrehozása. Ennek következtében a közterek megjelenése, a térhasználat, valamint a térhasználók köre átalakul. Természetesen számos, turizmuson kívüli tényező befolyásolja ezeket a folyamatokat, nem lehet csupán egy-egy okra, szektorra, gazdasági ágra szűkítve értelmezni a változások okait. Ugyanakkor a turizmus erőteljesen hat arra, ahogyan a városi közterek átalakulnak, és számos esetben a változások elsődleges motivációja a turisztikai versenyképesség fokozása, vagy az élményszerzés. Ezen keresztül a turisztikai élmény fontos forrásai, helyszínei a közterek.

A tanulmány célja, hogy bemutassa, hogyan kapcsolódik egymáshoz a közterek változása és a turizmus. Ennek érdekében áttekintem, milyen fontosabb területei vannak e kapcsolatrendszernek, milyen szereplők és folyamatok befolyásolják a bemutatott térbeli folyamatokat. Jelen tanulmány nem egyetlen kutatás eredményeit mutatja be, hanem az elméleti-fogalmi háttér felvázolását különböző (saját és más kutatók által végzett) vizsgálatokból merített példákkal egészíti ki. A téma vizsgálatában kulcsszerepe van az autenticitás kérdésének, amelyet külön alfejezetben tárgyalok, és ami szorosan összefügg a transzformáció folyamatával: egyrészt a közterek átalakulásán keresztül, másrészt pedig

a turizmus ígérte transzformatív élmény révén – amit a látogatók az autentikusnak tekintett turisztikai terekben élhetnek át.

## 1. A köztér fogalmi kérdései

A korábbi kutatások a köztereket több szempontból is megkísérelték definiálni. A legfontosabbak ezek közül a jogi szabályozást, a tulajdonviszonyokat, a hozzáférhetőséget illetve a funkciót középpontba helyező értelmezések – a következőkben röviden bemutatom ezeket, illetve néhány kritikát, vitás kérdést velük kapcsolatban.

A tulajdonviszonyokból kiinduló vizsgálatok a köztulajdon – magántulajdon ellentét-párban gondolkodva a közteret a közösség, az állam, és/vagy az önkormányzat tulajdonában vagy kezelésében lévő területeket tekinti. A közigazgatás definíciója szerint a közterületek azok a területek, amelyek közhasználatra szolgálnak, állami, vagy önkormányzati tulajdonban vannak, rendeltetésének megfelelően szabadon használható bárki számára, illetve az ingatlan-nyilvántartásban közterületként szerepel (1997. évi LXXVII törvény). De a közterület és a köztér közé nem tehető egyenlőségjel, és a tulajdonviszonyokra vagy a közigazgatási besorolásra építő megközelítéseket több kritika is érheti. Egyrészt nem minden közösségi tulajdonban lévő terület köztér, gondoljunk csak a börtönökre, lezárt területekre, állami munkahelyekre, irodákra. Másrészt pedig számos példa mutatja, hogy magántulajdonban lévő területeket is használhatnak köztérként, például vállalkozók által működtetett strandokat, piacokat, bevásárlóközpontokat, sportlétesítményeket. Nem egy esetben a használók nem is tudják, hogy a terület, ahol éppen vannak, magán- vagy köztulajdonban van-e – de ez nem is befolyásolja a tevékenységüket. Harmadsorban a köz- és magántulajdon gyakran keveredik, például azáltal, hogy az önkormányzat átadja a kezelői, fenntartó jogokat egy bérlőnek. Vagy nem egy esetben a köz és magántulajdon egy fragmentált térbeli szerkezetet hoz létre egy turisztikailag frekvenciált területen, ahol az önkormányzati téren belül számos magántulajdonban lévő terület (éttermek, kávézók) található, és együtt alkotnak egy funkcionális egységet.

A hozzáférhetőség szerinti megközelítések szerint köztér az, amihez bárki, bármikor hozzáférhet – gyakran ez a felfogás jelenik meg a médiában, köznap gondolkodásban is. Ugyanakkor, ahogy többen is hangsúlyozzák, ebben az értelemben valószínűleg egyetlen köztér sem volt a történelem során. Mindig voltak korlátozások vagy a hozzáférők körét, vagy a használat módját, idejét illetően. Ez alapján a mindenki által hozzáférhető köztér egy ideáltípus (Harvey 2006). A köztér termelése mindig konfliktusokkal terhelt, mindig kapcsolódik hozzá valamiféle kirekesztés (nem tolerált viselkedésformák, társadalmi csoportok stb.). Ennek a kirekesztésnek több formája, forrása is lehet, így például előfordulhat, hogy ugyan jogilag bárki használhat egy teret (pl. egy piacot, üzletsort), de mivel nincs pénze vásárolni, ezért kirekesztődik onnan. Emellett mások térhasználat is kirekesztő hatású lehet, például ha hajléktalanok élnek az utcán, az kevésbé hozzáférhetővé, kevésbé vonzóvá teheti másoknak azt a közteret, így elkerülik (Van Deusen Jr. 2002). Így ha csak a hozzáférhetőségre építő megközelítésből indulunk ki, szükségszerűen túl szűkre szabjuk vizsgálódásunk fókuszát.

A tulajdonviszonyokhoz és a hozzáférhetőséghez kapcsolódóan nem egyszer felmerül a köztér privatizációjának kérdésköre is, ami azonban gyakran nem pontosan definiált fogalom: mit érthetünk a köztér definícióján: amikor egyes csoportok monopolizálják a térhasználatot, formális, vagy informális eszközökkel kiszorítva másokat? Amikor köztulajdonban lévő területet magántulajdonként kezelnek (pl. engedély nélkül átépítik, megváltoztatják a funkcióját)? Amikor tényleges (ideiglenes vagy végleges) tulajdonosváltás megy végbe? Mindegyikre találhatunk példákat a gyakorlatban, és mindegyiket a köztér privatizációjaként lehet említeni, ugyanakkor más az egyes esetek oka, más tényezők motiválják őket, és mások a hatásaik is. Ráadásul azt is fontos hangsúlyoznunk, hogy a köztér privatizációját nem szabad egyszerű kétosztatú jelenségként értelmeznünk, ahol a közösségi és a privát tér között nincsenek fokozatok. Ugyanis a szigorúan vett (széles körben hozzáférhető, általános célú) köztér mellett beszélhetünk szabályozott, speciális célokra használható közterekről (pl. templomok, zárándokhelyek), magánkézben lévő közterekről (pl. vállalkozók által üzemeltetett partszakaszok) vagy magánkézben lévő közösségi helyekről (pl. rendezvényházak, stadionok) is. A nem túl pontosan definiált fogalmak azonban nem jelentik azt, hogy a köztér privatizációja ne lenne probléma, és ehhez kapcsolódóan különösen élesen merülhetnek fel a turisztikai hasznosítással összefüggő térhasználati konfliktusok. Ennek kapcsán érdemes a városhoz való jog fogalmát megemlíteni (Lefebvre 1995, Purcell 2002), amelyet a köztér privatizációja korlátoz, erodál. A városhoz való jog elve a helyi politika demokratikusságához kapcsolódik, amely az inkluzív döntéshozatalt és működést tartja kívánatosnak.

A funkció szerinti meghatározások szerint a köztér a közösségi élet színtere, ahol a társadalmi nyilvánosság (Habermas 1999) megjelenik, ahol az egyes csoportok, személyek meg tudják jeleníteni saját értékeiket, jellemzőiket. A habermasi gondolatmenet alapján köztérnek számít az, ahol a viselkedést elsősorban a közösségi elvárások, szabályok határozzák meg. A közterek a társadalmi csoportok, értékek, ideológiák reprezentációjának terei (Mitchell 2003). Ennek értelmében számos helynek lehet köztérfunkciója a bevásárlóközpontoktól a játszóterekig, utcákig, közösségi házakig vagy akár a virtuális terekig – függetlenül a tulajdonviszonyoktól, közigazgatási besorolástól (Harvey 2006, Mitchell 1995, 2003, Bodnár 2015, Bende–Nagy 2016). A kvázi közterek olyan magántulajdonban lévő helyek, amelyek köztérfunkciókat látnak el, ugyanakkor bizonyos korlátozásokkal: pl. belépőjegyhez vagy kötelező fogyasztáshoz kötik a köztérfunkció használatát. Egy kapcsolódó megközelítés szerint a közterek az úgynevezett „harmadik helyek”, amelyek a munkahely és a lakás mellett a mindennapi élet nélkülözhetetlen terepei. Itt alakul ki a helyhez való kötődés a megszokáson, a napi rutinokon, a megszokott környezet nyújtotta biztonságérzeten keresztül. Emellett az ugyanazokkal az ismeretekkel való napi találkozás szintén erősíti az identitást, a helyhez kötődést (Oldenburg – Brissett 1982).

E tanulmány elsősorban a funkció szerinti megközelítést alkalmazza, nem tagadva természetesen, hogy a többi megközelítés egyes elemei is hasznosak a köztér jelentés-tartalmának feltáráshoz, megértéséhez. Ez alapján köztérnek tekintem a városi közterületeket (utcák, terek, parkok stb.), piacokat, kvázi köztereket (bárok, kávézók, éttermek). Ugyanakkor a virtuális köztereket jelen tanulmány nem elemzi.

## 2. A közterek átalakulási folyamatai

A köztereket számos piaci és nem piaci folyamat formálja – így tartalmuk, jelentésük, funkciójuk folyamatosan változik. E folyamatok a változó igényekből, az átalakuló társadalmi-gazdasági környezetből, a politikai- vagy a tőkeérdekek megjelenéséből egyaránt eredhetnek. Az átalakulások és a turizmus közötti kapcsolat kölcsönhatás-jellegű: egyrészt motivációt jelentenek a beavatkozásokra, másrészt pedig a turisztikai szektor résztvevői is reagálnak a folyamatokra.

Nyilvánvaló, hogy a városok átalakulásával kapcsolatos szélesebb folyamatok a köztereket sem hagyják érintetlenül. A városrehabilitációs beavatkozások egyik fontos és látványos eleme a közterek megújítása, illetve nem egy esetben új találkozási helyek létrehozása. E beavatkozások eredményeként fizikailag és tartalmilag megújult terek jönnek létre, ami azonban nem minden esetben konfliktusmentes: a korábbi használati módok nem minden esetben kompatibilisek a felújítás után elvárt használattal.

Több kritika (pl. Mitchell 1995, Ven Deusen Jr. 2002) szerint a várostervezésben egyre erősödő szerepe van a közterek esztétikai megjelenésének, és háttérbe szorult a közösségi tartalom – aminek az oka a gazdasági lehetőségek hatékonyabb kiaknázása. Az esztétikus köztér versenyelőnyt jelent, eszköze lehet a városmárkázásnak, hozzájárul a kedvező vállalkozási feltételek kialakításához.

Átalakítja a köztereket a dzsentifikáció is, amelynek során az új társadalmi csoportok megjelenésével új igények, új értékek jelennek meg egy-egy városrészben, ami átalakítja a helyi szolgáltatási kínálatot, közösségi életet, ingatlanpiacot. A közterek szempontjából a térhasználók összetételének változása mellett a funkciók változása bír kiemelkedő fontossággal. Sajátos formája e változásoknak a turisztikai dzsentifikáció (Gotham 2005), aminek során az érintett városrész lakossága nem, vagy csak kis mértékben változik, de a szolgáltatási kínálat a kívülről érkező fogyasztók igényeire fókuszál. Ennek oka, hogy a városrész a kultúrája, kínálata (pl. hagyományos vagy etnikai csoportokhoz kapcsolódó gasztronómia), hangulata miatt népszerűvé válik az odalátogatók között. A turisztikai dzsentifikációt nem egyszer követi a lakosság kicserélődése, azaz a szélesebb értelemben vett dzsentifikáció is.

A közterek szorosan összekapcsolódnak a kollektív emlékezettel a történelmi, társadalmi szerepük, az elnevezésük, az emlékművek, funkciók révén (Boyer 1992, Hannigan 1998, Sorkin 1992, Zukin 1998). A kollektív emlékezet politikai formálása így érinti a köztereket is, például új emlékművek létrehozása, az utcák, terek átnevezése révén.

A kapitalizmusra jellemző módon a közterek is áruvá válnak, azaz kommodifikálódnak (Harvey 2006, Leeman–Modan 2010, Zukin 1991). Ez a folyamat sorosan összekapcsolódik a turizmussal, rekreációval, hiszen az egyik legfontosabb „fogyasztói csoportot” a látogatók jelentik. A neoliberális várospolitikai, amely középpontba helyezi a hatékonyságot, a profittermelést, a városversenyben való érvényesülést, különösen erősíti a közterek kommodifikációját.

A fentebb felvázolt folyamatokat nagy mértékben befolyásolhatják a posztszocialista sajátosságok: a belvárosok szocialista évtizedekben végbement elhanyagoltsága miatti

leromlás olyan helyzetet teremtett számtalan posztszocialista városban, hogy a városrehabilitáció, a közterek felújítása mindenképp szükséges volt. Mindez egy olyan posztpolitikai állapotot hozott létre, amelyben a céllal kapcsolatban mindenki egyetértett (egyet kellett, hogy értsen), és a tartalmi kérdések mellékesnek számítottak – ez pedig lehetővé tette az esztétizálás, az üzleti érdekek, a középosztálybeli értékrend erőteljes érvényesülését. A közterek felújítása ilyenkor egy alternatívák nélküli folyamatként jelenik meg, amit mindenképp véghez kell vinni, és amely a fejlődés záloga. A posztpolitikai viták jellegének megfelelően a felújításokkal fejlesztésekkel kapcsolatos vitákat gyakran bélyegzik ideológiai jellegűnek, illetve fejlődés- és modernizáció ellenesnek.

A fentebb bemutatott általános folyamatok turisztikai vonatkozásait a tanulmány következő része mutatja be, középpontba helyezve az áruvá válás folyamatát és hatásait.

### 3. A közterek és a turizmus

#### 3.1. TÍPUSOK A KÖZTÉR ÉS A TURIZMUS KAPCSOLATÁBAN

A köztér több módon is kapcsolódhat a turizmushoz – kapcsolat jellege és erőssége különböző az egyes típusok esetében. Az első, amelyet nevezhetünk közvetítő szerepnek, azt jelenti, hogy az egyes látványosságokat közterek (utcák, terek, egyéb útvonalak) kötik össze, így azok a turisták mozgásának meghatározói. Azaz ebben az esetben a közterek szerepe csupán arra korlátozódik, hogy részei a turisztikai infrastruktúrának (Michalkó 2013) – ez a közterületek egyik legfontosabb, törvényben is meghatározott funkciója. Ugyanakkor a helyiek számára ennél több, komplexebb egy-egy utca, tér jelentősége, ami jelentős konfliktusforrás lehet, például az ott élők életminőségét rontó megnövekedett forgalom, zaj vagy a megszokottól eltérő, akár deviánsnak tekintett viselkedésformák megjelenése miatt. Antropológiai értelemben ezek a közterek a nem-helyek (lásd később) közé tartozhatnak.

A második esetben a köztér a látványosságok (pl. szobrok, emlékművek) valamint a fogyasztás (éttermek, kávézók, azok teraszai, üzletek, szórakozóhelyek) helyszínei – ahol a tisztán és kvázi köztér jellegű elemek keverednek. Ezekben az esetekben a köztér ugyan helyet ad az adott funkciónak, de elsősorban alárendelt, befogadó szerepe van, de az előző típushoz képest erősebb a turizmus és a köztér kapcsolata.

A harmadik esetben maga a köztér válik látványossággá történelmi szerepe, művészeti jelentősége, szépsége stb. révén. Ebben az esetben a legerősebb a kapcsolat, ebből következően itt a legközvetlenebb és leglátványosabb a turizmus közteret formáló hatása. Erre a típusra példát jelent többek közt a budapesti Hősök tere, a moszkvai Vörös tér, a pekingi Tienanmen tér, a Szent Péter tér a Vatikánban, vagy a történelmi belvárosok utcahálózatainak, tereinek együttese, amelyek fontos elemét képezik a helyek egységének, a hely szellemének. Ezeken a tereken fontos szerepe van a jelölőknek (emlékművek, táblák, turisztainformáció), amelyek „megmondják”, mi a hely jelentősége, különlegessége. Ezek irányítják a turistatekintetet, rámutatva a korábbi eseményekre, tapasztalatokra (Urry 2012).

A turizmus mind a három esetben – bár különböző módon és mértékben – hat a közteret formáló folyamatokra, így befolyással van a terek fizikai megjelenésére, a tér-

használatra, a térhasználók körére. E hatások három fő, egymással is összefüggő aspektusát (az esztétizálás, az autentikusság és az ellenőrzés kérdéseit) tekinti át a következő három alfejezet.

### 3.2 A KÖZTEREK ESZTÉTIZÁLÁSA

Ahogy az már korábban említésre került, a közterek tervezésében, fizikai kialakításában egyre nagyobb szerepe van a közösségi tartalommal szemben az esztétikumnak. Mindez azt jelenti, hogy a cél elsősorban a fogyasztható, könnyen befogadható környezet kialakítása (Harvey 1990, Zukin 1991, 1995) – ami jelentős mértékben befolyásolja a következő fejezetben tárgyalt autentikusság kérdését is.

A globalizációval járó növekvő mobilitás, egyre szélesebb körűvé és intenzívebbé váló kommunikációs kapcsolatok következtében konvergencia figyelhető meg a kulturális javak termelésében és fogyasztásában. A terekre mindez olyan hatással van, hogy az egyes helyek felcserélhetővé válnak, létrehozva ezzel a „helynélküliség” (placelessness – Relph 1976) állapotát, ahol egy globális fogyasztói kultúra formálja egyformára, egyedi jellemzőiktől megfosztottá az egyes térelemeket. Az esztétizálás azonban számos formában megjelenhet: lehetséges a tér historizálása, muzealizálása, amikor a tér a történelem szférájába helyeződik át, és a teret a történelmen keresztül tudjuk értelmezni. A tér naturalizálása során az eredeti, érintetlen környezet helyszínként értelmezzük azt. A folklorizálás során a lokális tradíciók (amelyek kiemelését a hatalmi viszonyok meghatározzák) felhasználásával a helyi identitás meghatározó elemévé válik az adott térrészlet. Az élményszerűsítés mozzanata a teret mint egyedi élményforrást emeli ki (Szijjártó 2008). Az alkalmazott formát a globális folyamatokon kívül befolyásolhatja a megcélzott közösség ízlésvilága, hellyel kapcsolatos elvárásai, a döntéshozók értékrendje, a helyi kultúra, vagy a követni kívánt példák. Ez azzal a veszéllyel jár, hogy a tér kiüresedik, és a város múzeumává válik; Marc Augé kifejezésével élve nem-hellyé válik (2012). A nem-hely, szembeállítva az antropológiai hellyel, nem hoz létre identitásokat, viszonyokat, nincs történelme. Kulcseleme a hasonlóság, az egyformaság – így rokon értelmű a helynélküliség fogalmával. Augé szerint a nem-helyek átmenetiek, megjegyezhetetlenek. Ugyanakkor ez az állapot nem végleges: van arra esély, hogy a nem-hely értelmet, identitást kapjon (Augé 2012). A közterek számos példát jelentenek a nem-helyekre: ilyenek például a forgalmas utak, a sztenderdizált, sémák alapján felújított közterek. Az elmúlt évtized köztérfejlesztései Magyarországon is több ilyen teret hoztak létre, ahol a térkövezés, a tér morfológiája, funkciói a várostól, a helyi identitástól szinte függetlenek, bárhol lehetnének.

Az esztétizálási folyamat során elsősorban a turisták számára alakítanak ki, vagy újítanak fel tereket, gyakran figyelmen kívül hagyva a helyiek érdekeit, szándékait. Ez a folyamat fragmentálja is a városi teret azáltal, hogy turista enklávákat hoz létre, amelyek megjelenése, térbeli kialakítása az odalátogatók igényeit szolgálja, az ő fogyasztásukat igyekszik serkenteni – pl. a padok, pihenőhelyek elhagyásával, ami azt eredményezi, hogy csak a kávézókban, bárókban, éttermekben lehet leülni, ahol általában természetesen fogyasztania is kell a vendégnek (Billiard 2014). A turizmus vezérelte köztérfelújítás során így fennáll a veszélye annak, hogy kirekesztő terek jönnek létre – például a tanulmány későbbi részében tárgyalt térfigyelő rendszerek kiépítése révén.



Az esztétizálás során gyakori a szimbólumok (pl. szobrok, egyéb utcai műalkotások, a helyre jellemző dizájnelemek) elhelyezése, amelyek kijelölik a fogyasztás, szórakozás tereit a turisták számára. A köztéri műalkotásoknak nem csupán a dekoráció a szerepük: jelzik és segítik egy-egy terület funkcióváltását, például egy korábban ipari terület kulturális negyedé válását (Matthews 2010). Ezek választják el egymástól azokat a tereket, amelyeket Goffman (1999) előtérnek és háttérnek nevez. Az előtérben a tiszta, áttekinthető, biztonságos terek jellemzőek, míg a háttér a sötétebb, az átláthatatlanabb. Az előtérnek egyértelműnek kell lennie, így a múlt, az örökség egy-egy kiválasztott elemét hangsúlyozza a többivel szemben; a vallási múltat, a szórakozónegyed funkciót (lásd pl. bohémnegyedek), az ipari örökséget, a birodalmi nagyságot, stb. A problémák, az egyenlőtlenségek nem férnek bele ebbe a képbe, így azokat igyekeznek minél inkább távol tartani az előtértől – ez a funkciója a közterek ellenőrzésének, szabályozásának, amit a 3.4 alfejezet vázol fel röviden. A térben megjelenő szimbólumok, jelölők összekapcsolják a jelent a múlttal, illetve annak egy kiválasztott elemével. Sajátos ellentmondás, hogy az autentikusságot kereső, magát a turistaszereptől eltávolítani igyekvő utazó gyakran éppen a háttérrel kívánja látni, nem az előtér valóságát, amelyet mesterkéltnek, hamisnak, a hely identitásával nem egyezőnek gondol (Culler 2012).

Az esztétizálásnak a városmarketing számára is van funkciója: az így létrejövő imázs demonstrálja a helyi örökséget és a város gazdagságát, versenyképességét. Ez olyan szimbolikus tőkét jelent, ami kiválóan hasznosítható a helyi vállalkozások számára. Ugyanakkor azzal, hogy a galériák, üzletek, kávézók, szórakozóhelyek egyre meghatározóbbá válnak a köztér használatában, a hagyományos közösségi élet háttérbe szorul, és a megtervezett, megszűrt, szabályozott, mesterséges, időtlen (nem, vagy csak keveset változó) tevékenységek válnak jellemzővé (Degen 2002). Az esztétizálás, a művészetek megjelenése a városi köztereken nem csupán a turizmussal függ össze: a dzsentrifikáció szempontjából is nagy jelentősége van a városi tér művészetek révén történő átértelmezésének (Matthews 2010, Zukin 1991, 1995).

### 3.3 AUTENTIKUS ÉS/VAGY SOKSZÍNŰ KÖZTÉR?

A turizmus és az autentikusság kapcsolata ellentmondásos: a turista többnyire az autentikust keresi, ugyanakkor a turizmus, a turista jelenléte sokszor az autentizmus ellen hat (Culler 2012). A köztérnek – ahogy a város egészének – elválaszthatatlan jellemzője a komplexitás, amit többek között a történetisége (a különböző történelmi időszakok lenyomata), a jelenlévő, a teret formáló társadalmi csoportok sokfélesége alakít. Ugyanakkor a turisztikai szempontok erősen hatnak e komplexitásra és sokféleségre. A turizmus a város és az identitás megértését, átadását célozza, ami nem lehetséges egy rövid utazás időtartama alatt. Így értelmezés során szükségszerűen végbemegy az egyszerűsítés, egyes elemek, jelölők meghatározása és kiemelése, mások háttérbe szorítása, elfelejtése, vagy akár eltüntetése. Mindebben kulcsszerepe van a szimbólumoknak. Az egyszerűsítés során az „autentikus” keresése, definíálása zajlik – ami azonban természetesen nem önmagában, objektíve létező eleme a városnak, a városi köztérnek. Így az autentikusnak vélt (szánt) elemek kiválasztása nem érték- és nem konfliktusmentes folyamat – már csak azért sem, mert az autentikusságot is többféleképpen foghatjuk fel: beszélhetünk objektív, konstruktív, valamint egzisztenciális autentikusságról (Wang 2012).



Az objektivista értelmezés szerint az autentizmus a valódisággal, eredetiséggel, egyediséggel rokonítható. Ez az értelmezés a turisztikai élményekkel kapcsolatosan gyakran hangsúlyozza, hogy a tömegturizmus egyfajta álesemény, amelyet az áruvá válás, a homogenizáció jellemez (Wang 2012). Az „autentikus”-ként kiemelt helyek, történetek, hagyományok, helyszínek, értékek, kultúrák alakítják egy-egy terület, város vagy városrész imázsát, ami azonban jelentősen különbözhet attól, ahogy azt a helyet az ott élők értelmezik, ismerik – azaz az autentikusság nem állja ki a „valódiság” próbáját. A homogenizáló törekvések, amelyek része az egyszerűsítés, túlmutatnak azon, hogy a kívülállók hogyan gondolkodnak egy helyről; visszahatnak a térre a szabályozásokon, a fogyasztói döntéseken, kulturális hatásokon keresztül. Mindez a tér és társadalom bevezetőben említett dialektikájára, illetve Lefebvre tértermelési koncepciójára jelent példát, illetve kapcsolódik a kollektív emlékezett korábban említett formálásához is. Az autentikusság objektivista felfogása gyakran megjelenik a városrehabilitációs és városmárkázási stratégiákban, ahol az eredetiséget és egyediséget mind versenyelőnyt értelmezik: az autentikusság ebben az esetben azt jelenti, hogy az adott kulturális jellemző, termék nem helyettesíthető (Harvey 1990, Ulldemolins 2014). Az objektivista felfogás alapján az autentikus köztér hű „eredeti” formájához, funkciójához; megőrzi és továbbviszi a hagyományt. A változtatások, fejlesztések, új épületek, funkciók erodálhatják az autentikusságot.

Az autentikusság konstruktivista megközelítése reflektál arra a problémára, miszerint az objektivista felfogás túlzottan leegyszerűsíti a fogalmat. A helyzetek, kultúrák eredetisége, autentikussága nehezen értelmezhető, hiszen valamilyen mértékben minden kultúra „színpadiasított” tekinthető, és a kultúra újratermelését és a színpadiasságot nehéz elkülönítenünk egymástól (Urry 2012). E megközelítések szerint a turisták ugyan az autentikusságot keresik, de nem objektív, hanem szimbolikus autentikusságra vágyanak. A meglátogatott helyeket nem azért érzik autentikusnak, mert azok eredetiek, valódiak, hanem mert az autentikusság szimbólumaként értelmezik azokat. A konstruktivisták hangsúlyozzák, hogy az autentikusság társadalmilag teremtett, formált fogalom, amelynek a tartalma nem redukálható a „valódi” és „hamis” duális értelmezésére (Wang 2012). Nem létezik ugyanis abszolút létező eredet, amelyen az autentikusság nyugodhatna: a kultúra folyamatosan változik. Emellett a hagyomány a jelen kívánalmainak, hatalmi viszonyainak, társadalmi folyamatainak megfelelően alkotott jelenség. Azt sem szabad elfelejtenünk, hogy az autentikusnak, a hagyománynak vagy az eredetnek nincs egy általános, mindenki által elfogadott értelmezése; ehelyett a kontextustól, az egyén perspektívájától, interpretációjától függ, hogyan fogja fel, milyen tartalommal ruházza fel e fogalmakat. Ez alapján minden turistatípus mást gondolhat autentikusnak, ami igaz lehet, attól függetlenül, hogy az objektivista felfogás képviselő szerint az adott jelenség vagy hely nem autentikus (Cohen 1988). Végezetül a konstruktivista felfogások hangsúlyozzák, hogy az autentizmus a turisták képzeleinek kivetítésén alapuló címke. A látogatók a saját elvárásaikból, hiedelmeikből, preferenciáikból alkotják meg, hogy mit várnak az úticéltól – azaz a küldő terület kultúrájának kivetülései. Végezetül hiába tűnik valami kezdetben hamisnak, inautentikusnak, a kultúra folyamatos változása miatt idővel autentikussá válhat. Erre kiváló példát jelentenek a tematikus parkok (pl. Disney World), de kisebb léptékben a városi mikroterek is – így például a felújított, új funkciókkal rendelkező közterek is.

Egy újonnan létrehozott „mediterrán hangulatú” tér autentikus lehet a turistáknak, annak ellenére, hogy nem történelmi fejlődés eredményeképpen alakult ki, hiszen a látogatók számára megtestesítheti a szimbolikus autentikusságot. A tér és társadalom dialektikus kapcsolata következtében pedig idővel autentikussá válhat a helyi társadalom különböző csoportjai számára, többek közt annak révén, hogy a jólét, az életminőség, vagy a történelmi múlt szimbólumaként funkcionál.

Az egzisztenciális autentikusság köznap felfogása szerint az az állapot, amikor az egyén hű önmagához – szembeállítva ezt az állapotot azzal, amikor modern társadalmakban a nyilvános szereplések során elveszítjük, elnyomjuk az „igazi ént”. Az egzisztenciális autentikusság tehát nem a tárgyakhoz, azok eredeti vagy hamis voltához kapcsolódik, hanem a lét autentikusságához kötődik (Wang 2012). Ennek az értelmezésnek kiemelt jelentősége lehet a turisztikai kutatásokban, hiszen az utazás egyik célja éppen ennek az önzonosságának a megtalálása, szabadon engedése. A turista a hétköznapiól eltérő helyzetbe kerül, ami lehetőséget teremt önmagunk jobb megismerésére, a mindennapokban elnyomott vágyak kifejezésére – például a hétköznapiól eltérő fogyasztási szerkezet, költségek, életstílus révén (Culler 2012). A nosztalgia és a romantika jellemzi az egzisztenciális autentikusság keresését: egyrészt az az állapotot eszményíti, amiben az emberek vélhetően szabadabbak, spontánabbak, hűebbek önmagukhoz, mint általában. Másrészt pedig a természetesség és érzékenység fontosságát hangsúlyozza a józan ésszel, a racionalitással szemben. Ennek két aspektusát emelhetjük ki: a testi érzéseket és az önmegvalósítást (Wang 2012). A test feletti felügyelet (ösztönök, érzések kontrollja, munkafegyelem stb.) kulcsfontosságú a modern kapitalizmusban (Foucault 1990, Lefebvre 1991) – a turizmus lehetőséget jelent az ettől való elszakadásra, az ellenőrzés magunk mögött hagyására, a szabad(abb) viselkedésre. Az önmegvalósítás keresése a mindennapi munka vagy a közösségi élet korlátaira, rutinfeladataira, normáira, a racionalizált élet kötöttségeire adott válasz, amiben kulcsszerepe van a társaságnak, a személyközi kapcsolatoknak. Az utazás lehetőséget teremt a családi és baráti kapcsolatok újrafelfedezésére, megélésére. Az egzisztenciális autentikusság keresése a tér új tartalommal való felruházásához, újrafelfedezéséhez is vezethet az identitás keresésének, újrafogalmazásának igényén keresztül (Szíjártó 2008). Ez a tér kolonializációjának veszélyét is magában rejtí az értelmezését folytatott küzdelmeken keresztül.

Az autentikusnak tekintett elemeket kiemelő útikönyvek, beszámolók rendkívüli mértékben befolyásolják a helyekről szóló narratívákat azáltal hogy egy olyan valóságot teremtenek, amely valóságosabbnak tűnik, mint maga a hely, amelyről szól (Said 2000). E narratívákat a látogatók újratermelik, illetve tovább szöve őket átértelmezik a turisztikai gyakorlatok (fényképezés, fogyasztás, beszámolók, értékelések készítése stb.) során (Aiello–Gendelman 2008). Így formálják, hogy a látogatók milyen várakozással keressék fel az adott helyet, azaz folyamatosan újrakonstruálják annak autentikusságát, illetve erősítik a hegemon térolvasat érvényességét (Szíjártó 2008). A reklámok, útleírások, személyes történetek, útifilmek stb. által formált narratívák befolyásolják a turisztikai érdeklődést, így a látogatók összetételét, számát, vagy költségét is (Bendix 2012).

Az autentikusság és a látványosságá válás konfliktusa talán a hagyományok átértelmezésében, nem egy esetben kiüresedésében jelenik meg a leggyakrabban. Mindez

a funkciók átalakulását, kiüresedését is megával hozhatja, amikor egy köztér korábbi mindennapi szerepe másodlagossá válik a turisztikai szerepkör mögött – erre jelennek példát a piacok, amelyek kínálata, árviszonyai megváltozhatnak azáltal, hogy a városba látogatók felfedezik őket. Emellett a turisták megjelenése már önmagában elriaszthatja a hagyományos vásárlókat, akik számára kellemetlen, hogy a mindennapi életük egy eleme (a bevásárlás) válik látványossággá – azaz az autentizmus egzisztenciális értelmezése alapján, míg a látogatók esetleg megtalálják önmagukat, addig a helyiek számára pont ez válik nehezebbé, netán lehetetlenné. Számos városban találhatunk attrakcióvá váló piacokat, amelyek gyakran az útikönyvekben is az autentikusság hordozóiként jelennek meg. Erre jó példát jelentenek az amszterdami virágpiacok, a szinte mindenütt megtalálható bolhapiacok, az etnikai csoportokhoz köthető piacok, vagy a termelői piacok, mint például a seattle-i Pike Place Market (1. kép), amely a város egyik legfontosabb, legmagasabbra értékelt nevezetessége, és a helyi identitás egyik forrása. A hely történetének, társadalmi jelentőségének (ellenállás a modernizációnak, a nagy bevásárlóközpontoknak, a változtatási kísérleteknek) középpontba állításával a nosztalgia kommodifikációja megy végbe, ahol a múltból itt maradt békés oázisként jelenik meg a piac és a hozzá kapcsolódó napi rutinok (Aiello–Gendelman 2008). E békés oázisban a látogató elmerülhet a „hagyományos” vásárlás élményében, ami jelentősen különbözik attól, amit a bevásárlóközpontok szabványosított környezetében tapasztalhat.



1. kép A Pike Place Market neonreklámja Seattle-ben.  
(Forrás: saját fotó)

Ugyanakkor a piacok kiragadása a szerves fejlődési folyamatból járhat kudarccal is, mint a szegei Szent István tér példája mutatja: a korábban rossz állapotban lévő térről a felújítást követően szinte teljesen eltűnt a piaci funkció. A tér felújításának egyik vezérelve a turisztikai vonzás erősítése volt, aminek keretén belül a korábbi bolhapiacot megszüntették, és helyette egy rendezettebb piacsarkot kívántak kialakítani. Ennek következtében a régi vásárlók nagy része eltűnt a térről, újakat viszont nem sikerült vonzani, így a forgalom jelentősen visszaesett, és a tér gyakorlatilag elveszítette a korábbi piaci funkcióját (Vedrédí 2014). A folyamat úgy is értelmezhető, hogy a lefebvre-i fogalmi hármashból az elgondolt (megtervezett) tér és a megélt tér közötti különbségek, illetve törés miatt vált részben sikertelenné a tér felújítása. Esztétikailag ugyan megújult, de a funkcióját egyelőre nem sikerül az eltervezett módon betölteni. Viszont lényeges hangsúlyozni, hogy mindez megváltozhat a jövőben, és a tér autentikussá válhat mind a helyiek, mind a látogatók számára.

Az autentikusság megteremtése végbemeget stílusok, szokások, városrészek újrateemtésével, újraélesztésével, amiben szintén része van az áruváltó nosztalgjának, amely valamilyen boldog békeidőnek tekintett korszakba repíti a látogatót és sajátos fogyasztási környezetet teremt – mint például a Gas Lamp Quarter az egyesült államokbeli San Diegóban (2. kép). Itt az egységes arculat (dekoráció, utcaburkolat, arcualati elemek alkalmazása stb.) alakítja ki az ösztönző közteret.



2. kép A Gas Lamp Quarter San Diegóban  
(Forrás: saját fotó)

Az egyediség, autentikusság megteremtése gyakran nem létező, kiüresedett vagy megfakult tradíciókra, kapcsolatokra épít – rávilágítva ezzel arra, hogy a hagyományok megőrzése mennyire átszőtt a hatalmi viszonyokkal, és milyen erősen befolyásolják a tőkeérdekek. Ennek sajátos példája Budapest 5. kerületében a Falk Miksa utcában felállított Columbo szobor (3. kép), amely arra a városi legendára épít, hogy a sorozatbeli Columbo felügyelőt alakító Peter Falk magyar származású volt. Maga a legenda ugyan nem igaz, a színésznek nincsenek magyar kötődései, de névazonosság lehetőséget nyújtott arra, hogy a város turisztikailag egyébként nem túl jelentős pontján egy új látványosságot hozzanak létre, ráhelyezve ezzel azt a városba látogatók mentális térképére. Míg az objektivista értelmezés szerint ez egy „hamis” látnivaló, a konstruktivista interpretáció alapján a szobor illeszkedik a névazonosság alapján kialakult várakozásokhoz, így autentikussá válhat.



3. kép Columbo szobra a budapesti Falk Miksa utcában.  
(Forrás: saját fotó)



Egzisztenciális értelemben pedig lényeges, hogy a szobor lehetőséget teremt a népszerű sorozathósszal való „találkozásra”, a rajongás manifesztációjára.

A sokszínűség kapcsán az is lényeges, hogy milyen jellegű és mekkora egy-egy városrész kulturális sokfélesége. A turizmus, az eladhatóság szempontjából a sokféleség stimuláló, de ugyanakkor fontos, hogy ne legyen túlságosan sokszínű a helyi kultúra – vagy legalábbis ne legyen egyértelműen látható a sokféleség minden aspektusa. Ennek érdekében létrejön egy úgynevezett „ellenőrzött sokféleség”, ahol a többség számára elfogadott kulturális elemek megjelennek, de a túlzottan extrémnek, idegennek, vagy veszélyesnek gondolt szubkultúrák a háttérben maradnak. A Zukin által disneyfikációnak (disneyfication) nevezett folyamat részeként a sokféleség szerepe a fogyasztás serkentése és az élményteremtés, így azok az elemek, amelyek ezeket a célokat veszélyeztetik, háttérbe szorulnak. A disneyfikációban fontos szerepe van a kvázi köztereknek, amelyek belső kialakításukkal, az alkalmazottak kiválasztásával teremtik meg a stimuláló, ellenőrzött sokféleséget (Zukin 1995). Ezáltal létrejöhet az a szimbolikus autentikusság, ami megfelel annak a képnek, amit a látogatók az előzetes ismereteik, sztereotípiáik alapján várnak – számukra önazonos lesz a tér, megfelel annak, amit New Yorkról, Rómáról, vagy éppen Budapestről, annak kultúrájáról gondolnak. A közös élmények, a fogyasztás révén erősödik a turisták összetartozás-élménye, azaz megvalósul az interperszonális autentikusság. Mindehhez tartozóan a másság, a kultúrák bemutatása olyan performanszokon keresztül történik, amelyek kellemes izgalmat teremtenek, stimulálják, ugyanakkor nem bizonytalanítják vagy idegenítik el a fogyasztót. Gyakran a sztereotípiák újratermeléséhez, megerősítéséhez vezetnek, de elhalóban lévő helyi kultúrák újraéledéséhez is hozzájárulhatnak (Edensor 2012).

A korábban említett városhoz való jog kérdése is felmerül a közterek és a turizmus kapcsán: mivel nyilvánvaló, hogy ugyanannak a térnek a használatáról van szó, ahol azonban mást szeretne csinálni például a helyi lakos és a turista, érdekellentétek, konfliktusok merülhetnek fel. A turisztikai (köz)térben a többcélúság, a heterogenitás a jellemző, ahol a helyiek és a turisták különböző csoportjai más-más identitásokat mutatnak be (Edensor 2012). Itt a várostervezésnek tisztázni kell azt a kérdést, hogy kinek a városhoz való joga az „erősebb”, azaz mely érdekeket, értékeket helyez a többiek elé – ugyanakkor látni kell, hogy a tér társadalmi termelésének nem a politikai döntéshozók a kizárólagos irányítói, a tereket használók a performanszaikkal hozzák létre a turisztikai teret. E kérdések pedig összekapcsolódnak a biztonság és ellenőrzés kérdésével, amelyeket a tanulmány a következő alfejezetben tárgyal.

### 3.4 A KÖZTEREK ELLENŐRZÉSE ÉS A TURIZMUS

A biztonságos köztér iránti igény következtében egyre több helyen jelenik meg, vagy erősödik a terek ellenőrzése, szabályozása (Atkinson 2003, Bodnár 2015). Természetesen e változásoknak nem az egyetlen motivációja a turizmus, de gyakran tapasztalhatjuk, hogy egy-egy új rendelet indoklásában megjelennek a turisztikai szempontok, pl. olyan módon megfogalmazva, hogy „senki sem látogat ide, ha nem teremtünk rendet”, vagy azt hangsúlyozzák, hogy a rendezett utcakép, terek az alapjai annak, hogy a turisták vonzónak találjanak egy területet, amihez szükség van bizonyos szabályok meghozatalára.

Két fontosabb csoportja különíthető el az ellenőrzéssel kapcsolatos beavatkozásoknak. Az egyik a használattal, viselkedéssel kapcsolatos szabályozások, rendeletek megalkotása, a másik pedig a közterek megfigyelése térfigyelő kamerákkal. Mindkettő megjelent a magyar városokban is, nem egy esetben komoly szakpolitikai és közéleti vitákat kiváltva.

A közterekkel kapcsolatos szabályozásokra példát jelentenek a több magyar városban is megjelenő hajléktalan- és koldusellenes rendeletek, amelyek a városok reprezentatív részein tiltják a koldulást, utcán alvást – nem egyszer nyíltan azzal az indoklással, hogy zavarják a reprezentatív, belvárosi terek használatát. A hazai tapasztalatok alapján a szabályozások tilthatják például a kéregetést, az utcán vagy aluljárókban alvást, a kukákban turkálást, onnan történő étkezést. Hazánkban is több kutatás elemezte az ilyen rendeleteket, bemutatva kapcsolatukat a neoliberális várospolitikához (Udvarhelyi 2014, Boros 2007). E rendelkezések nem elsősorban a problémák megoldására törekednek, hanem a fogyasztás biztonságos és esztétikus környezetét kívánják megteremteni, megvédeni (Belina 2007). De hasonló jellegű szabályozások azok, amelyek például a köztéri alkoholfogyasztást kívánják szabályozni – ami többek között a helyi lakosok és a turisták közötti konfliktus egyik gyakori eleme is lehet. E szabályozások mögött felfedezhető a köztér áruvá válási folyamata, illetve az a törekvés, hogy ezt a kommodifikációt lehetőleg semmilyen zavaró tényező ne akadályozza. A rendeletek kijelölnek bizonyos területeket, ahol egyes viselkedésformák nem, vagy csak bizonyos alkalmakkor, vagy meghatározott körülmények között (pl. kijelölt helyeken, intézményekben, szórakozóhelyeken) megengedettek – mint például Budapest 8. kerületének szabályozása a köztéri alkoholfogyasztástól:

*/1/ Tilos a szeszital fogyasztása a közterületeken.*

*/2/ Nem terjed ki az /1/ bekezdés hatálya:*

- a) az érvényes közterület-használati megállapodással rendelkező vendéglátó egységekre nyitvatartási időben, valamint az engedéllyel szervezett és engedéllyel rendelkező alkalmi rendezvényekre,*
- b) minden év első és utolsó napjára.*

*(Forrás: 46/1999. (XII. 1.) sz. önk. rendelet, Budapest 8. kerület)*

A szabályozások a köztereken lehetséges viselkedést sokféleképpen korlátozhatják, azaz nem csak a hagyományosan társadalmi problémának tekintett hajléktalanságra, koldulásra, vagy alkoholfogyasztásra vonatkozhatnak, hanem bármilyen olyan dologra, ami a köztér fogyasztását zavarhatja (4. kép).

A térfigyelő kamerák elhelyezése természetesen nem korlátozódik csupán a turisták által látogatott helyekre, de gyakran az ő védelmük, biztonságérzetük az egyik fő motívációja a rendszerek telepítésének. Emellett a turisztikai látnivalók védelme is felbukkan az okok között, hiszen a megfigyeléstől azt remélik, hogy visszaszorítja a rongálásokat. A biztonság vélt vagy valós növekedése mellett az intézkedések kritikussai megjegyzik, hogy a kamerák újabb területekre terjesztik ki a társadalmi ellenőrzést, és szabályozzák a viselkedést bizonyos normarendszerek szerint. Mindez kapcsolódik Foucault által meghatározott kormányozhatóság (governmentality) fogalmához, aminek lényege a viselkedés szabályozása, befolyásolása. Ehhez kapcsolódóan lényeges a biopolitika fogalma; ebben az esetben ez azt jelenti, hogy az emberek azt csinálnak, amit akarnak, ugyanakkor ez egybe-



4. kép A köztéri viselkedést szabályozó tábla a budapesti Teleki téren (8. kerület).  
(Forrás: saját fotó)

esik a megkívánt, elvárt viselkedésmódokkal – azaz az emberek azt akarják, amit várnak tőlük (Foucault 2008). Mindez csökkenti a viselkedések, megjelenő értékek, kultúrák sokféleségét a köztereken, így homogenizáló hatása van. Ha e folyamatot összekapcsoljuk az egzisztenciális autentikusság fogalmával, akkor láthatjuk, hogy mind az intra-, mind pedig az interperszonális autentikusságot illetően számos lehetséges konfliktus, ellentmondás alakulhat ki; az önmegvalósítás, önazonosság csupán korlátozott módon és mértékben valósulhat meg. Így a térfigyelő kamerák következtében ellentmondásokkal terhelt terek jönnek létre, amelyek egyrészt promótálják a nyitottságot, ugyanakkor kifejezetten zártak és kirekesztőek lehetnek (Marcuse 1997). Így például a megjelenés, kinézet alapján kirekesztenek embereket, abból kiindulva, hogy az egyén megjelenése annak indikátora, hogy mennyire fizetőképes vendég vagy potenciális fogyasztó. A fogyasztás tereit ezzel is esztétizálják, „megtisztítják” a deviánsnak, veszélyesnek tekintett viselkedésformáktól, személyektől (Koskela 2000). A megfigyelés egyben eszköz arra, hogy megőrizze a köztér objektív autentikusságát. A megfigyelés révén a teret „tartállyá” redukálják, ahol a megfigyelt személyeknek nincsenek egyedi, személyes jellemzőik, tárgyakként látják és kezelik őket. A megfigyelés tudata révén az egyének internalizálják a szabályokat; mindez a foucault-i panoptikum egy formája, ahol a kívánt viselkedést (azaz a fegyelmet, a normakövetést) a megfigyelés lehetősége teremti meg (Foucault 1990).



Maga a megfigyelés, bér célja a biztonság és biztonságérzet növelése, nem szükségszerűen eredményezi azt, hogy a térhasználók ténylegesen biztonságban is érzik magukat. A térfigyelő rendszerekkel ellenőrzött terek ugyanis ellentmondásokkal terhelt terek, ahol egyszerre jelenik meg a biztonság érzése, valamint a bizalmatlanság a megfigyelőkkel szemben, és a bizonytalanság érzése a kontroll hiánya vagy a személytelenség miatt (Koskela 2000) – ami kiterjeszti a modernitás viselkedéskorlátozó normáit a szabadidőre is, így akadályozva az egzisztenciális autenticitás megélését.

## Következtetések

Ahogy azt a tanulmány bemutatta, hogy a turizmus és a köztér komplex kapcsolatban vannak egymással: a közterek lehetnek kapcsolatot teremtő, közvetítő útvonalak, helyszínek és termékek a turizmus számára. A fentebb bemutatott folyamatok alapján látható, hogy a turizmussal kapcsolatos változások gyakran erodálják a közterek közösségi tartalmát azáltal, hogy a fejlesztések, szabályozások az eladhatóságot, az élményszerzést helyezik középpontba. Az is kijelenthető, hogy a turizmus az egyik – de nem az egyetlen – fő hajtóereje a változásoknak azáltal, hogy az idegenforgalomtól számos esetben a helyi gazdaság fellendítését remélik, és ez motivál számos fejlesztést, szabályozást.

Ennek következtében az eltérő célok és igények nem egy esetben okoznak térhasználati konfliktusokat a helyiek és a turisták, a térhasználók és az önkormányzat, vagy vállalkozók és lakosok között. A turizmus egyre nagyobb igényt generál a szabályozott, ellenőrzött közterek felé, amelyek így veszítenek közösségi tartalmukból és heterogenitásukból. Mindez a turizmusra is visszahathat, hiszen olyan értékek, jellegzetességek, kultúrák szorulhatnak háttérbe, amelyek például a fogyasztói igények, a piaci viszonyok változásával látogatókat vonzhatnak. Bár ezen intézkedések célja a biztonságérzet megteremtése, az ellenőrzés térbeli kiterjedésének ellentmondásos hatása van: növelheti a bizonytalanságot, a látogatók kiszolgáltatottság-érzését.

Végezetül a fentiekhez kapcsolódóan fontos kiemelni az autentikusság keresése során végbemenő leegyszerűsítést, ami a helyről szóló narratívákon keresztül átértelmezi a köztereket mind az odalátogatók, mind a helyiek számára. Mindezt a városok a versenyképességi törekvéseik, a márkázási tevékenység részeként, az eredetiség, a pótolhatatlanság ígéretével teszik, amivel egyedülálló élményeket ígérnek az odalátogatóknak. Ez az átértelmezés azonban egy soha véget nem érő folyamat, hiszen dinamikus kapcsolatok működnek a befogadók, a különböző aktorok, folyamatok, és az (át)értelmezett terek között. A biztonságos köztér iránti igény rámutat a kormányozhatóság és a biopolitika fogalmainak jelentősére a köztereink és a hozzájuk kapcsolódó folyamatok mélyebb megértésében. Az autenticitás különböző értelmezései (objektív, konstruktivista és egzisztenciális autenticitás) rávilágítanak a köztér és a turistaélmény komplex kapcsolatrendszerére. Az egzisztenciális autenticitás keresése során a test és az érzések felszabadulása a cél, amelyet azonban a közterek ellenőrzése, szabályozása erőteljesen befolyásol, korlátoz, ellentmondásos helyzeteket teremtve ezzel. Ennek eredményeképpen a turizmus ígérte transzformációt, a visszatérést önmagunk természetesnek tartott állapotához, érzéseihöz,

viselkedéséhez a megfigyelés tudata, az ebből származó frusztráció, bizonytalanságérzés korlátok közé szorítja.

Mindez arra hívja fel a figyelmünket, hogy a köztér társadalmi termelése és a turizmus kapcsolata feszültségekkel, ellentmondásokkal telített, amelynek megértéséhez figyelembe kell vennünk a jelentésadás, és a reprezentáció monopóliumáért folytatott küzdelmeket. Túl kell tehát lépniünk mind a posztpolitikai szemléleten, amely ideológiamentesnek, célorientált cselekvésnek látja és láttatja a közterek turizmushoz kapcsolódó átalakítását, fejlesztését, mind pedig azokon a leegyszerűsítő turizmuskritikai álláspontokon, amelyek a turizmushoz kapcsolódóan a „hamis valóság” létrehozását, az autenticizmus elvesztését hangsúlyozzák.

## Köszönetnyilvánítás

A tanulmány megírását a Magyar Tudományos Akadémia Bolyai János Kutatási Ösztöndíja támogatta.

## Irodalom

- Aiello, G.–Gendelman, I. (2008): Seattle’s Pike Place Market (de)constructed: An analysis of tourist narratives about a public space. *Journal of Tourism and Cultural Change* 5(3) 158–185.
- Atkinson, R. (2003): Domestication by cappuccino. *Urban Studies* 40(9): 1829–1843.
- Augé, M. (2012): *Nem-helyek. Bevezetés a szürmodernitás antropológiájába*. Budapest: Műcsarnok Nonprofit Kft.
- Belina, B. (2007): From disciplining to dislocation: area bans in recent urban policing in Germany. *European Urban and Regional Studies* 14(4): 321–336.
- Bende Cs.–Nagy Gy. (2016): Közösségi kertek Szegeden – Empirikus vizsgálatok és esettanulmányok. *Földrajzi Közlemények* 140(1): 55–72.
- Bendix, R. (2012): A múlt, a jelen és a jövő emlékeit hasznosítva. In Bódi J.–Pusztai B. szerk.: *Túl a turistatekinteten – A turizmus kritikai és kultúratudományi perspektívái*. Budapest: Gondolat Kiadó, pp. 118–141.
- Berényi, I. (1992): *Az alkalmazott szociálgeográfia elméleti és módszertani kérdései*. Földrajzi Tanulmányok 22. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Berki, M. (2015): A térbeliség trialektikája. *Tér és Társadalom* 29(2): 3–18.
- Billiard, E. (2014): The privatisation of public spaces and the decline of urban connectivity in Paveille. *Omertaa, Journal for Applied Anthropology*, 606–610.
- Bodnár, J. (2015): Reclaiming public space. *Urban Studies* 52(12): 2090–2104.
- Boros, L. (2007): ...But some are less equal – spatial exclusion in Szeged. In Kovács Cs. (szerk.): *From villages to cyberspace – Falvaktól a kibertérig*. SZTE Gazdaság- és Társadalomföldrajz Tanszék, Szeged. pp. 151–160.

- Boros, L. (2010): Földrajzi alapkategóriák gazdaságföldrajzi kontextusban. In Mészáros R. et al. (szerk.): *A globális gazdaság földrajzi dimenziói*. Budapest: Akadémiai Kiadó, pp. 38–54.
- Boyer, M.C. (1992): Cities for sale: Merchandising history at south street seaport, In Sorkin, M. (ed.): *Variations on a Theme Park: The New American City and the End of Public Space*. The Noonday Press, New York, pp. 181–204.
- Cohen, E. (1988): Authenticity and commoditization in tourism. *Annals of Tourism Research* 15(3): 371–386.
- Culler, J. (2012): A turizmus szemiotikája. In Bódi J.–Pusztai B. szerk.: *Túl a turistatekinteten – A turizmus kritikai és kultúratudományi perspektívái*. Budapest: Gondolat Kiadó, pp. 23–41.
- Degen, M. (2002): Redesigning public space. A sensory analysis of regenerated public places in el Raval, Barcelona. *The European Journal of Arts and Education* 14: 53–65.
- Edensor, T. (2012): Performatív turizmus, színre vitt turizmus. In Bódi J.–Pusztai B. szerk.: *Túl a turistatekinteten – A turizmus kritikai és kultúratudományi perspektívái*. Budapest: Gondolat Kiadó, pp. 241–239
- Foucault, M. (1990): Felügyelet és büntetés. A börtön születése. Budapest, Gondolat Kiadó.
- Foucault, M. (2008): *The birth of biopolitics – Lectures at the Collège de France, 1978-1979*. New York, Palgrave Macmillan.
- Goffman, E. (1999): Az én bemutatása a mindennapi életben. Budapest: Pólya Kiadó.
- Gotham, K.F. (2005): Tourism gentrification: The case of New Orleans' Vieux Carre (French Quarter). *Urban Studies* 42(7): 1099–1121.
- Gyuris, F. (2014): A közjavak térbelisége. *Tér és Társadalom* 28(4): 15–39.
- Habermas, J. (1999): *A társadalmi nyilvánosság szerkezetváltozása*. Osiris Kiadó, Budapest.
- Hannigan, J. (1998): *Fantasy cities*. Taylor and Francis, New York.
- Harvey, D. (1990): *The condition of postmodernity*. Blackwell, Cambridge.
- Harvey, D. (2006): The political economy of public space. In Low, S.–Smith, N. (eds.): *The Politics of Public Space*. Routledge, New York, pp. 17–34.
- Koskela, H. (2000): 'The gaze without eyes': video-surveillance and the changing nature of urban space. *Progress in Human Geography* 24(2): 243–265.
- Leeman, J.–Modan, G. (2010): Selling the city: Language, ethnicity, and commodified space. In Shomamy, E.–Ben-Rafael, E.–Barni, M. (eds.): *Linguistic landscape in the city*. Multilingual Matters, Clevedon. pp. 182–197.
- Lefebvre, H. (1991): *The production of space*. Blackwell, Oxford.
- Lefebvre, H. (1995): *Writings on cities*. Wiley-Blackwell, Oxford.
- Marcuse, P. (1997) Walls of fear and walls of support. In Ellin, N, ed.: *The architecture of fear*. New York: Princeton Architectural Press, pp. 101–114.
- Matthews, V. (2010): Aestheticizing space: art, gentrification and the city. *Geography Compass* 4(6): 660–675.
- Michalkó, G. (2013): *Turizmológia*. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Mitchell, D. (1995): The end of public space? People's Park, definitions of the public, and democracy. *Annals of the Association of American Geographers* 85(1): 108–133.

- Mitchell, D. (2003): *The right to the city: Social justice and the fight for public space*. The Guilford Press, New York.
- Oldenburg, R. – Brissett, D. (1982): The third place. *Qualitative Sociology* 5(4): 265–284.
- Purcell, M. (2002): Excavating Lefebvre: The right to the city and its urban politics of the inhabitant, *GeoJournal* 58(2-3): 99–108.
- Relph, E. (1976): *Place and placelessness*. London: Pion.
- Said, E. W. (2000): *Orientalizmus*. Budapest: Európa Kiadó.
- Soja, E. W. (1980): The socio-spatial dialectic. *Annals of the Association of American Geographers* 70(2): 207–225.
- Sorkin, M. (1992): See you in Disneyland. In Sorkin, M. (ed.): *Variations on a theme park: The new American city and the end of public space*. The Noonday Press, New York, pp. 205–232.
- Szíjártó (2008): *A hely hatalma: lokális szcénák – globális folyamatok*. Budapest: Gondolat Kiadó.
- Udvarhelyi, É. T. (2014): “If we don’t push homeless people out, we will end up being pushed out by them”: The criminalization of homelessness as state strategy in Hungary. *Antipode* 46(3): 816–834.
- Ulldemolins, J. R. (2014): Culture and authenticity in urban regeneration processes: Place branding in central Barcelona. *Urban Studies* 51(14): 3026–3045.
- Urry, J. (2012): A turistatekintet. In Bódi J. – Pusztai B. szerk.: *Túl a turistatekinteten – A turizmus kritikai és kultúratudományi perspektívái*. Budapest: Gondolat Kiadó, pp. 41–61.
- Van Deusen Jr., R. (2002): Public space design as class warfare: Urban design, ‘the right to the city’ and production of Clinton Square, Syracuse, NY. *Geojournal* 58: 149–158.
- Vedrédi, K. (2012): Magyarországi köztérfejlesztések vizsgálata. *A Virtuális Intézet Közép-Európa Kutatására Közleményei* 3(9): 163–169.
- Vedrédi, K. (2014): Social perception of public space developments – The case of Saint Stephen square, Szeged, Hungary. *European Journal of Geography* 5(3): 60–72.
- Wang, N. (2012): A turisztikai élmény autentikusságának újragondolása. In Bódi J. – Pusztai B. szerk.: *Túl a turistatekinteten – A turizmus kritikai és kultúratudományi perspektívái*. Budapest: Gondolat Kiadó, pp. 90–117.
- Zukin, S. (1991): *Landscapes of power: from Detroit to Disney World*. University of California Press, Berkeley.
- Zukin, S. (1995): *The cultures of cities*. Blackwell Publishing, Oxford.
- Zukin, S. (1998): Urban lifestyles: diversity and standardisation in spaces of consumption. *Urban Studies* 35(5-6): 825–839.

## Felhasznált források

- 1997. évi LXXVIII. törvény az épített környezet alakításáról és védelméről.
- 46/1999. (XII. 1.) számú önkormányzati rendelet, Budapest 8. kerület.